

PROGRAMMA DI ATTIVITA' 2010

- **Promozione**
- **Progetti Speciali**
- **Aggiornamento e Formazione**
- **Assistenza Tecnica**
- **Informazione Tecnica e Marketing**



PROMOZIONE E SERVIZI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

La capacità di stare sui mercati di tutto il mondo dipende sempre più dalla capacità delle aziende che esportano di collocare le loro produzioni e i loro servizi sui mercati strategici.

E' una sfida che le piccole e medie imprese, la parte preponderante del nostro tessuto produttivo, fanno fatica a raccogliere muovendosi da sole. L'azione di accompagnamento e di stimolo di Aspin è dunque un presupposto essenziale, non solo per aiutare le PMI ad andare all'estero ma per far sì che l'apertura verso i mercati internazionali diventi una forma di business stabile sia per le vendite che per altre forme di collaborazione produttiva e/o commerciale.

La Camera di Commercio di Frosinone consapevole della necessità di adottare strategie e politiche attive per sostenere l'internazionalizzazione delle imprese e lo sviluppo economico del territorio locale, ha posto tra le proprie priorità, anche per l'anno 2010, cruciale per la ripresa dell'economia internazionale, l'individuazione di azioni e strumenti atti a potenziare l'apertura verso l'estero della business community della provincia di Frosinone. In questa area specifica di attività, infatti, la mission istituzionale della Camera di Commercio di Frosinone, attraverso la sua Azienda Speciale Aspin, è quella di agevolare i processi di crescita all'estero, specie per le imprese di dimensioni piccole e medie, aiutandole a superare difficoltà e impedimenti, considerando che vi sono molti fattori che interagiscono nel rendere complessa e rischiosa per l'azienda la scelta di internazionalizzarsi tra i quali la carenza di risorse finanziarie, necessarie per affermarsi sui mercati esteri e fronteggiare la concorrenza agguerrita delle economie cosiddette "emergenti", la necessità di raccogliere informazioni nonché di avere un supporto promozionale. In tal senso la Camera di Commercio intende potenziare sia la promozione internazionale delle imprese sia le attività di assistenza tecnica e consulenza, erogate direttamente dall'Aspin, nonché gli interventi di formazione ed aggiornamento sulle strategie e sulle tecniche del commercio internazionale.

Le attività di Aspin per il 2010, quindi, sono orientate a rafforzare la presenza sui mercati internazionali del sistema produttivo locale (imprese artigianali, industriali, agricole, dei servizi, della distribuzione e le relative associazioni di categoria e territoriali) e a fornire **supporto specializzato nelle attività con l'estero**, con particolare attenzione ai mercati più difficili e lontani.

Per aiutare le aziende a sviluppare o potenziare all'estero la propria immagine e la vendita di prodotti, valorizzando il sistema economico locale nel suo complesso, sono previsti **numerosi servizi e iniziative** che includono: partecipazioni ad **eventi** nel mondo, **indagini di mercato**, **ricerche mirate di partner commerciali** (importatori, grossisti, rappresentanti), anche finalizzate alle creazioni di joint-venture e collaborazioni industriali, **missioni economiche e di studio**, **accoglienza di delegazioni e buyer dall'estero**, **incontri b2b**, percorsi di formazione specialistica e tecnico-normativa in materia di commercio estero.

La previsione programmatica per il 2010 è frutto di una riflessione all'interno del sistema camerale italiano ed internazionale e di dialogo e confronto con le imprese e i loro sistemi associativi, in sintonia con le linee direttrici 2008-2010 del piano promozionale del Ministero del Commercio Internazionale.

Le linee strategiche suggeriscono di orientare l'impegno promozionale verso progetti innovativi, in tal senso si intende puntare l'attenzione su interventi diretti ed in rete (workshop, meeting, incontri d'affari, progetti di rete) senza però dimenticare il valore strategico di alcuni eventi fieristici mondiali di settore. La strategia geografica, per il 2010, nasce dalle esigenze dei comparti produttivi, prevalentemente orientate verso Europa, Mediterraneo, Stati Uniti e Canada, alle quali vanno sommate le iniziative verso i mercati asiatici ed indiani. I settori prioritari sui quali Aspin intende insistere con il proprio supporto all'internazionalizzazione e che fungeranno anche da "traino" nei confronti dei settori ancora scarsamente presenti nel commercio internazionale saranno: agroalimentare, vitivinicolo e bevande, subfornitura industriale/macchinari/automazione industriale/automotive/nautica, energie alternative, sistema casa/interior design/arredamento, carta/cartotecnica, marmo, tessile/abbigliamento. E' da sottolineare che saranno intraprese anche azioni promozionali multisettoriali e che quindi potranno essere estese anche a settori non prioritari.

OBIETTIVI DEL PROGRAMMA 2010

- Stimolare e sostenere l'approccio ai mercati esteri delle imprese provinciali;
- Incoraggiare la diversificazione dei mercati di sbocco internazionali;
- Assistere le imprese nelle problematiche connesse al commercio internazionale;
- Potenziare la presenza della Camera di Commercio e di Aspin all'interno dell'ampio network degli enti che si occupano di internazionalizzazione delle imprese (sistema camerale/Assocamerestero, ICE, Regione Lazio, EEN – Enterprise European Network)
- Diventare punto di riferimento provinciale per gli interventi di promozione, di assistenza e di formazione internazionale;

RISULTATI ATTESI DAL PROGRAMMA 2010

- Mantenimento delle aziende fidelizzate che utilizzano i servizi della Camera di Commercio attraverso Aspin;
- Incremento complessivo delle aziende che partecipano alle attività di Aspin;
- Incremento degli esiti positivi delle azioni di promozione internazionale (cooperazione, fornitura, appalti, ecc.)

PROMOZIONE

L'attività promozionale è l'area nevralgica dei servizi che Aspin offre per rafforzare sui mercati esteri la presenza del sistema produttivo locale, la valorizzazione delle eccellenze produttive e della propensione all'innovazione e alla ricerca.

La predisposizione del programma promozionale 2010 di Aspin si basa sulla definizione delle priorità geografiche coerenti con le potenzialità di sbocco dei settori obiettivo. E' stata posta particolare attenzione a strategie di continuità e di feed back su Paesi verso i quali sono state intraprese iniziative positive nel 2009.

Le attività promozionali indicate nel programma saranno realizzate solo a seguito della verifica e la conseguente raccolta delle adesioni da parte delle aziende della provincia di Frosinone.

Si sottolinea, inoltre, che nel corso dell'anno potranno avvenire dei cambiamenti dell'ambito del programma collegati alle nuove attività derivanti dalle intese ICE-Unioncamere 2010, in corso di definizione, e/o da nuovi progetti che Aspin intenderà presentare. Le proposte saranno, comunque, sottoposte al Consiglio di Amministrazione. In linea con quanto definito dal Ministero del Commercio Internazionale si evidenziano le strategie geografiche e settoriali contenute nel presente programma di attività.

PAESI/SETTORI OBIETTIVO:

In previsione i Paesi di destinazione delle azioni di promozione internazionale saranno:

- **Unione Europea, Paesi limitrofi e Mediterraneo** (Inghilterra, Germania, Spagna, Turchia, Algeria, Marocco): L'Europa continua a rappresentare il più importante sbocco commerciale per le imprese della provincia di Frosinone, pertanto la promozione verso quest'area va mantenuta e sostenuta adeguatamente. Per alcuni settori, come agroalimentare, vitivinicolo e subfornitura, è il mercato di riferimento. Il Mediterraneo sta diventando un'area economica privilegiata, in particolare per l'Italia che vi si affaccia completamente. Sinergie e progetti di rete vedranno le aziende di Frosinone impegnate anche nel 2010 ad interagire con nuovi partner produttivi e commerciali di quest'area (Distretto della carta).
- **Stati Uniti e Canada:** rappresentano i "mercati maturi" che assorbono una quota rilevante delle esportazioni locali e rispetto ai quali è importante garantire un monitoraggio più continuo dell'andamento delle esportazioni. In un'ottica di continuità con le azioni intraprese nel 2009 Aspin intende puntare nuovamente l'attenzione su questi Paesi. In particolare il Canada. Settori: agroalimentare, vitivinicolo e bevande, subfornitura industriale/macchinari/ automazione industriale/automotive/nautica.
- **Brasile, Russia, India e Cina:** Si tratta di Paesi BRIC il cui tasso di crescita è particolarmente sostenuto e destinato a rimanere tale. Cina ed India, in particolare, figurano ormai tra le locomotive dell'economia mondiale non solo in quanto grandi Paesi esportatori ma anche come mercati di sbocco. Alla scelta della Cina è collegata anche la realizzazione dell'Expo Universale di Shanghai nel corso del 2010. Anche la Russia risulta essere un Paese in crescita, che sta risentendo soltanto in maniera marginale della crisi finanziaria in atto. Negli ultimi dieci anni la presenza delle imprese italiane e gli interscambi commerciali tra i due Paesi sono cresciuti in maniera costante grazie anche all'attenzione del

mercato Russo per i beni italiani di alta fascia. Settori: agroalimentare, vitivinicolo e bevande, subfornitura industriale/macchinari/ automazione industriale/automotive/nautica, sistema casa/interior design/arredamento.

- **Emirati Arabi Uniti e Qatar:** L'economia degli E.A.U., fin dalla creazione della Federazione, ha mantenuto alti tassi di sviluppo tanto da rappresentare una delle più importanti e dinamiche realtà dell'intera regione del Golfo. Vero e proprio polo economico, commerciale e turistico della regione del Golfo, gli Emirati Arabi sono protagonisti di uno sviluppo spettacolare che li ha portati a raddoppiare il PIL del paese in soli sei anni (dal 2000 al 2006). L'economia degli EAU sta infatti vivendo rapido sviluppo delle infrastrutture, del commercio internazionale, del turismo e delle attività finanziarie. E' evidente che una attenzione attiva verso quest'area geografica potrà favorire avviare e rafforzare, attraverso visite e incontri con le realtà economiche locali, i rapporti d'affari tra imprese italiane e le aziende emiratine ed esplorare le opportunità offerte da questi mercati. Settori: sistema casa/interior design/arredamento, marmo, edilizia, cosmetica, gioielleria.
- **Egitto:** rappresenta il principale partner economico dell'Italia nell'area nordafricana con un interscambio commerciale superiore a 5 miliardi di euro, crescita del 30% nel corso del 2008. Il ruolo guida dell'Egitto nell'area, dal punto di vista economico e politico, offre delle opportunità rilevanti per lo sviluppo della cooperazione bilaterale, con particolare riferimento ad alcuni settori chiave tra cui: tessile/abbigliamento, agroalimentare, meccanica, energie rinnovabili.
- **Africa Sub-Sahariana:** L'Africa è al centro di una forte crescita economica, derivante in particolare dall'aumento della domanda di materia prime da parte della Cina e India, che sta trainando la domanda interna di beni e servizi e che ha determinato una crescita interna del Pil del 5,5%. Nel febbraio 2009 il Ministero dello Sviluppo Economico ha lanciato il Piano Africa, progetto per sviluppare le relazioni imprenditoriali tra Italia ed Africa in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri. Il Piano vuole rappresentare l'applicazione di un nuovo concetto di sviluppo e di investimento basati sul fabbisogno Africano di infrastrutture e tecnologia e della disponibilità di risorse naturali. L'iniziativa prevede un'azione di SCOUTING preparatoria per verificare opportunità di business per le imprese italiane e per valutare un' eventuale missione commerciale da realizzare nel 2011. I paesi dove concentrare le azioni sono in fase di definizione. Alcune ipotesi: Etiopia, Gabon, Angola, Mozambico. Settori: acquisto lavorati e semi lavorati, operazioni di investimento (soprattutto attraverso la partecipazione a bandi di gara per appalti)
- **Tunisia:** La Tunisia è tra i Paesi del Mediterraneo che da tempo orienta la produzione sui prodotti italiani e le imprese nazionali possono volgere a proprio vantaggio gli effetti che ne derivano, attraverso una politica di collaborazione orientata alla promozione di progetti produttivi e commerciali, consentendo effetti moltiplicativi sulle economie dei rispettivi Paesi. Settori: agroalimentare
- **Libia:** La visita in Italia del leader libico Muammar Gheddafi ha posto le basi per una maggiore presenza delle imprese italiane in Libia, soprattutto alla luce delle grandi opere infrastrutturali previste nel paese africano. L'esperienza di alcune strutture camerali in Libia ha confermato una buona opportunità di investimento per le aziende italiane nel paese. Settori: infrastrutture, grandi opere, meccanica, abitare, artigianato



- **Grecia:** L'economia greca è cresciuta negli ultimi anni a ritmi sostenuti con incrementi del PIL ben superiori alla media europea. L'interscambio tra Italia e Grecia è favorito da fattori strutturali di carattere economico, geografico, storico e culturale. Se sul fronte storico e culturale le affinità sono ben note, su quello economico va evidenziato il rapporto di complementarità tra i vari comparti dei rispettivi sistemi produttivi. La vicinanza geografica ha tradizionalmente agevolato le relazioni commerciali tra i due paesi. Settori: Sistema persona e Sistema casa.

FIERE 2010

Fiera	Data	Paese	Città	Settore
FOODEX	2-5 marzo	GIAPPONE	Tokyo	Agroalimentare, Vitivinicolo
PROWEIN	21-23 marzo	GERMANIA	Dusseldorf	Vitivinicolo e distillati
HANNOVER MESSE	19-23 aprile	GERMANIA	Hannover	Subfornitura industriale, Meccanica e beni strumentali
DUBAI AIRPORT SHOW	25-27 aprile	EAU	Dubai	Aeroportuale
ISSA INTERCLEAN	26-29 aprile	OLANDA	Amsterdam	Industria del pulito
THE HOTEL SHOW	18-20 maggio	EAU	Dubai	Interior design, arredamento, accessori, sicurezza e tecnologia, forniture alberghiere.
AEREO EXPO BRASIL	17-20 giugno	BRASILE	San Paulo	Aeroportuale
SUMMER FANCY FOOD	27-29 giugno	USA	NY	Agroalimentare
SIAL	17-21 ottobre	FRANCIA	Parigi	Agroalimentare, Vitivinicolo
MEMEX	28-30 novembre	EAU	Abu Dhabi	Subfornitura industriale, Meccanica e beni strumentali
THE BIG FIVE SHOW	novembre '10	EAU	Dubai	Marmo, costruzioni, tecnologie, arredo
MEBEL	novembre '10	RUSSIA	Mosca	Arredo, Sistema casa



WORKSHOP 2010

Workshop	Data	Paese	Tipologia	Settore
MISSIONE ECONOMICA	17-20 gennaio	ALGERIA	Incontri d'affari bilaterali (PAPER MED)	Distretto della Carta
MISSIONE ECONOMICA	01-06 marzo	TUNISIA	Incontri d'affari bilaterali "La settimana del made in Italy in Tunisia"	Agroalimentare, Sistema Casa/Arredo, Sistema Persona, Turismo
INCOMING	18-20 marzo	RUSSIA	Degustazioni, incontri d'affari bilaterali e visite aziendali	Eno - agroalimentare
MISSIONE ECONOMICA	maggio	MAROCCO	Incontri d'affari bilaterali (PAPER MED)	Distretto della Carta
MISSIONE ECONOMICA	I semestre	GRECIA	Incontri d'affari bilaterali	Sistema Persona e Sistema Casa
MISSIONE DI SCOUTING	I semestre	AFRICA SUB-SAHARIANA	Analisi delle opportunità e scouting	Acquisto lavorati e semilavorati, operazioni di investimento, bandi di gara per appalti
MISSIONE ECONOMICA	I semestre	EAU QATAR	Incontri d'affari bilaterali	Edilizia, infrastrutture, sistema casa, domotica, cosmesi, gioielleria
INCOMING	ottobre	MAGHREB	Incontri d'affari bilaterali (PAPER MED)	Distretto della Carta
MISSIONE ECONOMICA	II semestre	CINA TAIWAN VIETNAM	Incontri d'affari bilaterali	Multisetoriale, focus su beni di lusso ed alta tecnologia
MISSIONE ECONOMICA	II semestre	LIBIA	Incontri d'affari bilaterali	Infrastrutture, grandi opere, meccanica, abitare, artigianato
MISSIONE ECONOMICA	II semestre	CANADA	Incontri d'affari bilaterali (segue incoming 2009)	Eno – agroalimentare, Meccanica
MISSIONE ECONOMICA	II semestre	EGITTO	Incontri d'affari bilaterali	Multisetoriale, focus su Tessile, Abbigliamento, Agroalimentare, Meccanica, Energie rinnovabili
INCOMING	Da definire	CALIFORNIA (Los Angeles)	Degustazioni, incontri d'affari bilaterali e visite aziendali	Eno - agroalimentare
MISSIONE ECONOMICA	Da definire	SPAGNA	Incontri d'affari bilaterali	Agroalimentare, Moda, Nautica
MISSIONE ECONOMICA	Da definire	RUSSIA UCRAINA	Incontri d'affari bilaterali (segue incoming 2009)	Agroalimentare, Florovivaismo, sistema casa, Real Estate



PROGETTI SPECIALI 2010

PROMOZIONE

PROMERCART

Progetto di Promozione internazionale e Ricerca
sul sistema produttivo locale della Carta
LEGGE REGIONALE N. 36/2001

SETTORE:
CARTA E CARTOTECNICA

OBIETTIVO

Il principale obiettivo del Progetto è quello di elaborare un piano di rafforzamento competitivo e di sviluppo internazionale delle aziende del distretto della carta. Il fulcro del progetto è rappresentato dall'analisi dei processi di internazionalizzazione e dall'individuazione delle potenziali "piazze di assorbimento" dei prodotti distrettuali.

Il piano potrà scaturire dall'acquisizione e dall'approfondimento di elementi conoscitivi sulla situazione economico-produttiva e sulle criticità presenti nel Distretto della Carta, cartotecnica, grafica ed editoria della provincia di Frosinone, in un'ottica di internazionalizzazione strategica orientata al miglioramento competitivo internazionale delle imprese del Distretto e ad incrementare i flussi di export del settore cartario verso mercati strategici.

Il progetto di internazionalizzazione sarà teso innanzitutto ad aumentare le esportazioni del distretto attraverso il raggiungimento di altri due scopi:

1. l'allargamento della base di coloro che oggi esportano, in particolare le piccole e medie imprese;
2. la diversificazione dei mercati di esportazione, con particolare riferimento a quelli nuovi che si vanno aprendo come "mercati di nicchia globale".

Il progetto di internazionalizzazione del distretto sarà basato sulla identificazione dei mercati e delle imprese, azione che sarà preceduta da un'analisi di benchmarking con un distretto italiano analogo e di successo (Lucca) e con l'attivazione di relative forme di collaborazione.

AZIONI DI MASSIMA

Per il raggiungimento degli obiettivi del progetto sarà individuata una serie di azioni da intraprendere sia sul **versante interno** (analisi/approfondimento) sia nei confronti delle **imprese** (trasferimento know-how/promozione internazionale).

Per prima cosa si effettuerà una verifica approfondita della situazione economica e l'esame del grado di internazionalizzazione delle aziende del distretto.

L'elaborazione dei dati porterà alla individuazione di una strategia di crescita interna ed internazionale con l'indicazione dei punti di forza e di debolezza del settore.

L'azione di ricerca e di analisi sarà affidata all'Istituto Guglielmo Tagliacarne.

Si proseguirà, quindi, con la selezione dei nuovi mercati di esportazione su quali si attiveranno forme di collaborazione con le strutture italiane in loco (Camere di Commercio italiane all'estero) per individuare le azioni di promozione internazionale da attivare.

PARTENERSHIP

- Camera di Commercio di Frosinone
- Azienda Speciale ASPIN
- Provincia di Frosinone
- Confindustria Frosinone
- Consorzio Filcart

PROMOZIONE

PAPER MED

SETTORE:
CARTA E CARTOTECNICA

PROGRAMMA INVEST IN MED

Progetto transnazionale che ha per finalità di rafforzamento dell'industria cartaria e dei settori ad essa collegati (meccanica, attrezzature, ecc) in un'ottica di cooperazione all'interno del Bacino Mediterraneo. Il progetto prevede una partnership formata da : Italia (Unioncamere, Aspin, Luccapromos), Algeria, Marocco e Francia. Le azioni di promozione internazionale, in corso di definizione, prevedranno business meeting in Algeria e Marocco tra le imprese delle nazioni partners.

AZIONI DI MASSIMA

- Analisi dei mercati di riferimento e delle opportunità di business e scambio tra imprese;
- Workshop con incontri btob in Algeria
- Workshop con incontri btob in Marocco
- Workshop con incontri btob in Italia

PARTNERSHIP

- Unioncamere
- Luccapromos
- Aspin
- Codifor (Francia)
- Camera di Commercio (Marocco)
- Confederazione Generale delle imprese algerine (Algeria)

PROMOZIONE

L'IMPRESA AL FEMMINILE NEL MERCATO GLOBALE

SETTORE:
MULTISETTORIALE
IMPRENDITORIA FEMMINILE

Fondo di Perequazione 2006

L'obiettivo del progetto è il potenziamento di uno sportello informativo a supporto del consolidamento delle imprese a prevalente partecipazione femminile con la finalità di stimolarle ed affiancarle nel loro processo di apertura verso i mercati internazionali:

- l'imprenditorialità femminile è un programma politico chiave per le istituzioni europee
- unioncamere interviene con strumenti attivi per potenziare le reti di impresa ed il dialogo all'interno del sistema

- nel 2008 in Italia sono state registrate oltre 1 milione e 400 mila imprese guidate da donne. In provincia di Frosinone oltre 20.500.

Aspin intende mettere e punto un servizio orientato ad "intercettare i bisogni" del mondo imprenditoriale, sia in termini di internazionalizzazione che di accesso ai bandi e programmi comunitari, a monitorarli nel tempo, a promuovere e realizzare azioni di assistenza tecnica, anche sulla base delle esigenze espresse dal locale Comitato per l'imprenditoria Femminile.

La gamma degli interventi, fortemente contestualizzata a livello territoriale, il raccordo con gli altri sportelli presenti sul territorio e la valorizzazione del ruolo e del lavoro del Comitato camerale per la promozione dell'imprenditoria femminile assicureranno che la proposta sia in grado di rafforzare la capacità imprenditoriale e lo sviluppo locale.

Il progetto sarà anche arricchito dal coinvolgimento diretto del sistema camerale regionale e nazionale sia attraverso Unioncamere Lazio e la sua presenza diretta nella rete EEN sia attraverso Unioncamere Bruxelles. Sarà inoltre organizzato un momento di scambio e di confronto con esperienze europee, quali quelle del WES (European network to promote women's entrepreneurship), per verificare l'unitarietà di intenti con le priorità e le strategie del Comitato di Frosinone.

AZIONI DI MASSIMA

- Analisi territoriale del tessuto economico delle imprese al femminile
- Individuazione e selezione delle aziende partecipanti al progetto
- Analisi dei fabbisogni delle imprese in termini di accesso ai mercati internazionali
- Definizione e realizzazione di un percorso formativo e di assistenza tecnica per sostenere l'apertura internazionale delle imprese
- Attività di network con organizzazioni internazionali per l'imprenditoria femminile

PARTNERSHIP

- Aspin
- Comitato per l'Imprenditoria Femminile Frosinone

RETI E COORDINAMENTO

- EUROSPOTELLO
- SPRINT LAZIO – Sportello di Frosinone
- GRUPPO DELLE STRUTTURE CAMERALI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

AGGIORNAMENTO E FORMAZIONE

L'attività di aggiornamento rivolta alle imprese ed ai professionisti proseguirà anche nel 2009 con interventi tecnici e specifici che approfondiranno: Paesi e mercati, contrattualistica internazionale, bandi e finanziamenti all'internazionalizzazione, programmi comunitari.

Nello svolgimento delle attività formative Aspin si avvarrà di professionalità ed esperti collegati alle reti cui partecipa direttamente ed indirettamente (Sprint Lazio, EEN, sistema camerale italiano ed estero, Sace, Simest, ecc.)

ASSISTENZA TECNICA

Aspin, nell'ambito delle proprie finalità istituzionali, offre al sistema delle imprese un supporto qualificato e specializzato per soddisfare le richieste di assistenza tecnica che derivano dal mondo produttivo. Attraverso l'accesso diretto alle **banche dati di settore** ed utilizzando anche i servizi di Unioncamere Lazio sarà possibile rispondere a quesiti su temi e problematiche connessi al commercio internazionale ma anche in materia di diritto civile, contrattuale e societario, internazionale, nonché al diritto tributario nazionale ed internazionale.

L'assistenza di prima informazione è gratuita per le imprese e riguarda:

- informazioni su fiere e missioni in Italia ed all'estero
- informazioni su opportunità d'affari
- elenchi nominativi
- banche dati affidabilità commerciale
- schede Paese
- analisi rischio Paese
- finanziamenti in tema di internazionalizzazione

INFORMAZIONE TECNICA E MARKETING

La comunicazione sia promozionale che tecnica è una delle attività più strategiche perché riguarda i flussi informativi sia verso l'estero che l'esterno. A tal proposito, sul versante promozionale, nel 2010 Aspin completerà le iniziative di comunicazione avviate nell'annualità precedente : video promozionale del territorio e dell'economia; brochure e guida ai servizi.

Sul versante tecnico si sottolinea che Aspin nel corso degli ultimi anni ha inteso promuovere la pubblicazione di quaderni di approfondimento sulle tecniche del commercio internazionale ampiamente apprezzati dagli operatori economici del territorio. Nel 2010 è prevista la pubblicazione di ulteriori quaderni nonché il mantenimento del sito web dell'Azienda Speciale che diventerà lo strumento principale di diffusione delle informazioni sia tecniche che relative alle attività programmate da Aspin.